

Argumentatie, zelfpromotie of beide? Een analyse van de tweets van Nederlandstalige politici en experts over de COVID-19-pandemie¹

Jan Albert van Laar & Barbara De Cock
Rijksuniversiteit Groningen en UCLouvain

Samenvatting

In dit onderzoek laten we de argumentatieve functies zien van zelfverwijzing en zelfpromotie in de tweets van Nederlandstalige politici en experts in de beginfase van de covid-19-pandemie. Daartoe combineren we pragmatisch-discursieve analyse en inzichten uit argumentatietheorie. In de eerste plaats bespreken we verschillende manieren waarop sprekers hun ethos, dat wil zeggen hun geloofwaardigheid voor zover dat blijkt uit taalgebruik, op kunnen bouwen en argumentatief kunnen benutten. In de tweede plaats bekijken we hoe strategieën van zelfverwijzing en zelfpromotie kunnen bijdragen aan ethosopbouw en ethosgebruik. Ten slotte bekijken we hoe deze fenomenen interageren in tweets gepubliceerd door Nederlandstalige politici en experts in de eerste maanden van de pandemie. We laten zien dat de politici meer aan ethosopbouw doen dan de experts en meer collectieve zelfverwijzing gebruiken, vaak naar de regering of soms ook naar de volledige bevolking. De experts ondersteunen in hun tweets meer het ethos van anderen en gaan pas over tot ethosopbouw via verschillende zelfpromotiestrategieën wanneer hun ethos wordt aangevallen.

1. Inleiding

Hoe presenteren deelnemers aan publieke discussies zichzelf, en hoe helpt hen dat om vertrouwen te wekken bij hun publiek, en zo de aanvaarding van hun

¹ Dit artikel is een bewerking van een online voordracht. De voordracht was aanvankelijk gepland als een plenaire presentatie op het VIOT-congres in Gent op 19-21 januari 2022. Dat congres is vanwege coronamaatregelen niet doorgegaan zoals beoogd.

mening te vergemakkelijken? We richten ons op de wijze waarop prominente experts en politici op Twitter naar zichzelf verwijzen tijdens het begin van de coronapandemie, en op de argumentatieve functies die zelfverwijzing vervult in de debatten over de te maken beleidskeuzes. We maken daarbij gebruik van de raakpunten tussen de taalkundige discoursanalyse en pragmatiek (zie Wodak en Forchtner 2017 voor een overzicht), en de argumentatietheorie (van Eemeren en Grootendorst 2004; Walton, Reed en Macagno 2008).

Velen beschouwen Twitter als een platform dat weliswaar geschikt is om jezelf te positioneren, maar toch niet erg voor deugdelijk argumenteren, dit vanwege de beperkte lengte van een tweetbericht, maar vooral doordat het medium aanzet tot wedijver en polarisatie (Thompson 2016; Nguyen 2020). Toch is er reden om aan te nemen dat de experts en politici in de door ons onderzochte tweets argumenteren. Het begin van de coronacrisis kenmerkte zich door twijfel en onzekerheid – ‘is de situatie echt zo ernstig?’; ‘zijn zulke vergaande maatregelen werkelijk nodig?’ – en het was aan experts en politici om met overtuigende antwoorden te komen.

Wij richten ons op de zelfpresentatie van Belgische Nederlandstalige en Nederlandse experts en politici. Welke beeld creëren ze van zichzelf, en welke middelen zetten ze daartoe in? Draagt dit *ethos* van ‘de spreker’ (in al onze gevallen: de schrijver) bij aan het overtuigen van het publiek op redelijke gronden, of moeten we zulke beeldvorming niet zien als onderdeel van de argumentatieve gedachtewisseling? We gaan na hoe zelfpromotie kan bijdragen aan het redelijk en overtuigend argumenteren, en zo het gebruik van zelfpromotie begrijpelijk kan maken in de tweets van Nederlandstalige politici en experts in de beginfase van de covid-19-pandemie. In Paragraaf 2 geven we verder vorm aan het retorische begrip ‘ethos.’ In Paragraaf 3 zetten we onze werkwijze uiteen. In paragraaf 4 bespreken we de diverse manieren om naar jezelf te verwijzen. Deze argumentatietheoretische en linguïstische inzichten stellen ons in de gelegenheid om in Paragraaf 5 een analyse te geven van de wijze waarop in ons corpus zelfverwijzing argumentatief wordt ingezet.

2. Ethos en de geloofwaardige spreker

2.1 Ethos en argumentatie

We richten ons op de argumentatieve rol van het ‘ethos van de spreker’, dat wil zeggen: van de indruk die een spreker (dan wel schrijver) van haar karakter wekt bij haar publiek, tijdens en door het spreken. Hoe komt ze als geloofwaardig over, en kweekt ze vertrouwen in haar boodschap?

Aristoteles besprak in de *Retorica* ethos als overtuigingsmiddel: “Overtuigen door middel van het karakter vindt plaats wanneer het betoog zo wordt ingekleed dat het de spreker als geloofwaardig voorstelt: fatsoenlijke mensen geloven we liever en gauwer, over alle onderwerpen in het algemeen, maar helemaal in kwesties waar geen exacte kennis van mogelijk is en waar plaats is voor twijfel” (Aristoteles, vertaling Huys, 2004, p. 27, 1356a). Wat Huys vertaalt als “fatsoenlijk” (“epikeia”) draait om een goed en sociaal aanvaardbaar karakter en niet alleen om moraal (cf Braet 1992).

Wij bespreken hoe je geloofwaardig over kunt komen, om het zo geschapen ethos in te zetten voor het redelijk argumenteren en kritisch discussiëren. We richten ons met name op het ethos als een techniek binnen de welsprekendheid, en niet op ethos als verwijzend naar een reputatie die al voorafgaand aan het spreken voorhanden is (Huys, p. 27).² Zowel Alan Brinton (1986) als Douglas Walton (zoals in: Walton, Reed en Macagno, 2008) hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan de argumentatieve betekenis van ethos. Wij sluiten daar dadelijk met enkele verfijningen op aan.

In de jaren '80 munt Brinton de term “ethotic argument”, en hij onderscheidt een positieve en een negatieve variant. In zulke *ethosargumentatie*, “ῥῆσις is invoked, attended to, or represented in such a way as to lend credibility to or detract credibility from conclusions which are being drawn. In ethotic argument the aim is to transfer (or to shortcircuit the transfer of) credibility (or lack thereof) from some person or persons to a conclusion” (Brinton, 1986, p. 246).

Walton, Reed en Macagno onderscheiden diverse ethos-gerelateerde argumentatieschema's, zoals “Ethotic Argument”: ‘(...) [eerste premisse:] If x is a person of good (...) moral character then what x says should be accepted as more plausible (...). [tweede premisse:] a is a person of good (...) moral character. (...) Therefore, what a says should be accepted as more plausible’ (Walton, Reed & Macagno 2008, p. 336).³ Van de ongeveer 60 argumentatieschema's in hun compendium, beschouwen wij er tien als ethos-gerelateerd (2008, hoofdstuk 9). Sommige ervan zijn positief: “Argument from Position to Know,” “Argument from Expert Opinion,” “Argument from Witness Testimony,” “Ethotic Argument.” Anderen negatief: “Generic

2 We onderschrijven de visie van Amossy, volgens welke er een wisselwerking bestaat tussen het discursieve ethos, zoals wij dat hier omschrijven, en een op machtsverhoudingen gebaseerd ethos (Amossy 2001). De wisselwerking komt met name tot uiting als een spreker in haar zelfpresentatie rekening houdt met ideeën die rondgaan over haar maatschappelijke of culturele positie (haar “prior ethos”).

3 We verbeteren wat we zien als een typefout, en vervangen “x” in de oorspronkelijke formulering van de conclusie door “a.”

Ad Hominem,” “Pragmatic Inconsistency,” “Argument from Inconsistent Commitment,” “Circumstantial ad Hominem,” “Argument from Bias,” “Bias ad Hominem.” In ons artikel zijn we vooral geïnteresseerd in de positieve varianten, en dan met name als ze gebruikt worden door iemand die (mede) *zichzelf* presenteert als geloofwaardig.

In navolging van Aristoteles, hebben deze auteurs bepleit dat een beroep op persoonlijke deugdzzaamheid, kennis van zaken, maar ook welwillendheid (Brinton 1986, p. 254-255) onderdeel van de argumentatie kan zijn. We verfijnen deze op argumentatieschema's gebaseerde benadering van ethos door eerst te bespreken hoe ethos in redelijke argumentatie een positieve rol kan spelen, en vervolgens een onderscheid te maken tussen schema's waarmee je redeneert naar ethos en die waarmee je redeneert vanaf ethos, en ten slotte verschillende presentatiewijzen van ethosargumentatie te bespreken.

2.2 Jezelf prijzen en redelijk argumenteren

Ons vertrekpunt is een dialectische benadering van argumentatie. In dialectische benaderingen beschouwen we argumentatie als een activiteit waarmee een deelnemer aan een discussie een verschil van mening probeert op te lossen door redelijke gronden aan te voeren voor haar positie. Argumentatie die voorkomt buiten de context van een gesprek kunnen we dan beschouwen als onderdeel van een impliciete discussie (van Eemeren en Grootendorst 2004). Doordat argumentatie verbonden is met de pretentie of claim redelijke gronden aan te dragen, en een adequate en welwillende beschrijving of analyse vereist dat we bijdragen mede begrijpen vanuit de doelen die taalgebruikers nastreven, moeten we een beeld hebben van wat het betekent om redelijk te argumenteren. In de pragma-dialectische argumentatietheorie is redelijk argumenteren uitgewerkt als argumenteren met als conversationeel doel het inhoudelijk oplossen van meningsverschillen (van Eemeren en Grootendorst, 2004). Door te laten zien dat ethos een functie kan vervullen in oplossingsgerichte gedachtewisselingen willen we aannemelijk maken dat het welwillendheid kan zijn om zelfverwijzing en het appelleren aan ethos in tweets argumentatief te interpreteren.

Meer dan als een bijdrage aan *kritische discoursanalyse* (Fairclough en Fairclough 2012; Wodak en Forchtner 2017), zien we het welwillend analyseren van zelfpresentatie in tweets als passend in de meer algemene *discoursanalyse* (Johnstone 2018; Wodak en Forchtner 2017). Ondanks de nadruk die we hier leggen op het belang van kennis van de normen om tot een welwillende reconstructie te komen gaan we niet over tot een beoordeling van de mate waarin de twitteraars hun redelijkheidspretentie

nakomen, laat staan tot een beoordeling vanuit morele perspectieven op maatschappelijk recht en onrecht.⁴ In dat kader kijken we nu nader naar het *redelijk* argumenteren.

Stel dat twee personen discussiëren over een kwestie die op zichzelf genomen niet draait om hun karakters. Wat zou een *goede* discussie zijn? Welke regels zouden *idealiter* het gedrag van de deelnemers sturen? Naast meer concrete regels die discussieprocedures vastleggen (zie bijvoorbeeld de diverse dialoogsystemen in: Walton 1984) zijn er in de argumentatietheorie ook achterliggende normen voorgesteld die we kunnen beschouwen als een algemene grondslag voor zulke discussieprocedures (zie bijvoorbeeld de tien “rules for critical discussion”: van Eemeren en Grootendorst 2004). Idealiter voldoen de discussianten aan veeleisende normen, zoals: ga uit van ware informatie, gebruik betrouwbare redeneringen, geef de positie van de andere partij correct weer, en – voor ons van belang – doe een beroep op je eigen geloofwaardigheid of het gebrek eraan bij de andere partij *in zoverre dat terecht is*. Daarnaast moeten er ook regels zijn die de procedure specificeren, en een meer praktische leidraad vormen om naleving van de regulatieve normen te benaderen. Kenmerken van deze regels zijn dat (a) de deelnemers zelf relatief gemakkelijk kunnen vaststellen of hun discussiezetten in overeenstemming zijn met de regels; (b) de regels een taakverdeling toelaten waarbij de proponent, de verdediger van een standpunt, verantwoordelijk is voor alles dat pleit voor haar standpunt, terwijl de opponent degene is die de redeneringen kritisch toetst; (c) de regels de regulatieve normen concretiseren door deelnemers in de gelegenheid te stellen om vermeende overtredingen van het regulatieve ideaal aan de orde te stellen en bijdragen waar nodig te corrigeren.⁵ Met welke procedurele regels kunnen deelnemers op een deugdelijke manier gebruik maken van hun geloofwaardigheid?

Ten eerste kan de opponent besluiten alleen te vragen om inhoudelijke (niet aan ethos appellerende) redenen, maar het is ook legitiem om zijn positie mede te bepalen op grond van de geloofwaardigheid van de proponent en de proponent kritische vragen te stellen over haar geloofwaardigheid. Zeker na vragen over haar geloofwaardigheid, is het mogelijk dat de proponent met positieve ethosargumentatie aannemelijk maakt dat ze geloofwaardig is, en haar geloofwaardigheid te gelde maakt ten overstaan van deze opponent.

4 Zie Amossy over het verband tussen enerzijds kritische discoursanalyse en anderzijds een pragma-dialectische drogredenanalyse (2017, p. 266)

5 Zie voor een uitwerking van het redelijk argumenteren aan de hand van regulatieve normen en constitutieve regels: van Laar (2010)

De opponent kan dit vervolgens kritisch onderzoeken door bijvoorbeeld negatieve ethosargumentatie aan te voeren.⁶

Ten tweede kan de proponent kritisch reageren op vragen over, of aanvallen op ethos. We kunnen de opponent immers niet op eigen houtje laten beslissen over wat geldt als geloofwaardig, of over de vereiste mate van geloofwaardigheid. De opponent kan blijven hangen in een verkeerd beeld van degene die hij voor zich heeft, zodat het terecht kan zijn als de proponent persisteert en blijft hameren op haar geloofwaardigheid. De opponent kan ook niet ter zake doende eisen stellen aan de proponent, of onredelijke hoge eisen stellen aan de geloofwaardigheid van de proponent. Als we de opponent te veel ruimte laten leidt dat makkelijk tot “epistemische onrechtvaardigheid” (Fricker 1998), bijvoorbeeld als hij niet ter zake doende eisen stelt ten aanzien van de culturele of sociale achtergrond van de proponent. De proponent moet daarom kunnen aanvoeren: dat deze kwestie aangaande ethos al afdoende is besproken zodat het tijd is over te gaan op inhoudelijke kwesties; dat de opponent onredelijke eisen stelt aan haar geloofwaardigheid; of dat de opponent te veel laat afhangen van de geloofwaardigheid van de proponent en onvoldoende oog heeft voor de inhoud.

Een dergelijke uitwisseling vormt een subdiscussie over ethos. Soms is die expliciet maar vaak vinden we er slechts flarden en snippers van terug en vergt het reconstructie om haar aan het licht te brengen. Als iemand op haar Twitter-profiel vermeldt dat ze als immunoloog zitting heeft in de Gezondheidsraad, dan informeert dat anderen over haar professionele identiteit, maar ze kan daarnaast ook proberen te voorkomen dat iemand zich afvraagt of ze eigenlijk wel verstand heeft van de zaken waarover ze twittert, zodat het al snel een argumentatieve functie vervult.

Het verwijzen naar ethos kan dus deel uitmaken van een deugdelijke discussie, en een argumentatieve reconstructie van ethos in tweets kan deel uitmaken van een adequate en welwillende reconstructie van een tekst, zoals een tweet.

2.3 Ethosopbouw en ethosgebruik

De theorie van de argumentatieschema's wint aan systematiek als we onderscheid maken tussen schema's waarmee je *redeneert vanaf* een bewering met een bepaald kernbegrip (bijvoorbeeld “*expert x op gebied y zegt P, dus wellicht is P waar*”) en schema's waarmee je *redeneert naar* een bewering

6 Zie voor een bespreking van het verband tussen ethos, *ad hominem* drogredenen en dialoogspelen (Walton 1984, pp. 278-286; Walton 1999).

met dat kernbegrip (bijvoorbeeld “x is hoogleraar op gebied y, dus wellicht is x *expert* op gebied y”) (van Laar en Krabbe 2021).

Je kunt redeneren *vanaf* ethos. En we spreken van *ethosgebruik* als iemand haar geloofwaardigheid te gelde probeert te maken bij het aanvaard krijgen van een standpunt. Een voorbeeld is: “Neem gerust van mij aan: dat is een verstandige keuze.” Walton, Reed en Macagno (2008) leggen de nadruk helemaal op argumentatieschema’s voor ethosgebruik, want in alle positieve varianten van de ethos-gerelateerde argumentatieschema’s gebruikt de spreker het positieve ethos van zichzelf (of van iemand anders) om een visie aannemelijker te maken.⁷

Je kunt ook redeneren *naar* ethos. We spreken van *ethosopbouw* als de proponent probeert bij te dragen aan het beeld van een geïnformeerde, vaardige, deugdzame en welwillende proponent. Een voorbeeld van redeneren naar ethos is: “Ik ben lid van deze onafhankelijke adviescommissie dus ik heb verstand van zaken.” Dat kan met het gebruik van argumentatieschema’s voor ethosopbouw die we zouden kunnen toevoegen aan Waltons theorie van argumentatieschema’s (Walton, Reed en Macagno, 2008). Bijvoorbeeld: “Ik ben lid van groep X, dus ik heb verstand van zaken” of “Ik ben gemotiveerd om doel Y te bevorderen (bijvoorbeeld: “het welzijn van kwetsbare mensen”), dus ik heb het beste met jullie voor.” Een speciaal geval is de argumentatie waarmee de spreker zich verweert tegen een persoonlijke aanval, bijvoorbeeld: “Mijn standpunt Z is *niet* ingegeven door mijn persoonlijke belangen. Dus ik ben geloofwaardig als het gaat om Z.”

Parsons, et al (2014) bespreken dertien argumentatieschema’s die we kunnen beschouwen als voorbeelden van zulke ethos introducerende schema’s. We noemen er twee ter illustratie. Het schema genaamd “Trust from indirect experience” luidt: “If A has observed evidence that leads it to believe that B’s behaviour over some period has been reliable, then A may decide to trust B” (Parsons et al, 2014, p. 163). Het schema genaamd “Trust from organisation” luidt: “A may decide to trust B because B is a member of some organisation” (Parsons et al, 2014, p. 166).

Ethosopbouw en ethosgebruik kunnen in de praktijk in elkaar verstrengeld zijn, zoals wanneer de spreker zegt: “Als lid van een wetenschappelijke en onafhankelijke adviescommissie adviseer ik zus en zo.” In het ene deel argumenteert ze ten gunste van haar ethos – ze is expert en neutraal, en *dus* geloofwaardig, en in een ander deel maakt ze haar standpunt meer aannemelijk – ze is geloofwaardig en geeft *dus* een verstandig advies. Anderzijds

7 De negatieve varianten kunnen we ook als ethosgebruik zien: het negatieve ethos van een ander wordt gebruikt om diens positie minder aannemelijk te maken.

kan het construeren en gebruiken van ethos ook juist uit elkaar getrokken zijn, en alleen zichtbaar worden als deel van een lange-termijn-strategie, zeker ook bij korte tweets die voorkomen in lange threads.

2.4 De presentatie van ethos

Discussianten kunnen zichzelf met talige middelen als geloofwaardig neerzetten, door te beweren dat ze bepaalde eigenschappen bezitten (zelflof), of door die boodschap als een implicatuur over te dragen. Maar de proponent kan ook haar ethos opbouwen of gebruiken, slechts door signalen uit te zenden, in de hoop dat de opponent die oppikt en meeweegt.

Signalen komen in soorten en maten. De proponent kan werken aan haar ethos door dat te *tonen*.⁸ Door bijvoorbeeld weloverwogen te spreken kan ze overkomen als een weloverwogen persoonlijkheid. Door altijd betrouwbare informatie aan te dragen werkt ze aan een reputatie als betrouwbare bron. Door zich in te zetten voor hulpbehoevenden maakt ze naam als sociaal bewogen persoon. Ook andere delen van de mise-en-scène kunnen behulpzaam zijn. Denk aan iemand die zijn zegje doet met op de achtergrond een gevulde boekenkast. Twitter biedt haar eigen attributen en decorstukken die als vingerwijzingen ingezet worden: een profielfoto (met de gebruiker geplaatst voor een kast vol geleerde boeken), een link (naar een sociaal manifest), of het aantal volgers. Een speciaal soort signaal om je geloofwaardigheid op te poetsen is het ondersteunen van het ethos van anderen, door hen te prijzen als verstandig, of door hen te bedanken voor hun inspanningen. De schrijver associeert zich met anderen, en laat zien dat ze iemand is die hun inspanningen op waarde schat.

Hetzelfde geldt voor ethosgebruik. Dat kan met talige middelen: “Neem gerust van mij als deskundige aan: dat is zo.” Maar vaak zijn er slechts signalen dat de spreker ook haar ethos inzet om de luisteraar te overtuigen. Onder die signalen rekenen wij de combinatie van *enerzijds* het tonen van persoonlijke eigenschappen, bijvoorbeeld via profielinformatie op Twitter zoals de profielfoto, de koptekst en de biografie, en *anderzijds* het innemen van een standpunt, zoals het geven van een persoonlijke visie. Ethos werkt dan als een persuasief smeermiddel.

8 Amossy spreekt van ethos die geconstrueerd wordt op het niveau van het proces van het spreken (“enunciation process”), in contrast met ethos op het niveau van de uiting zelf, en noemt voorbeelden: “Thus a style punctuated with exclamations allows one to deduce the temperamental or excitable character of the speaker, while a concise and blunt manner of speaking which shows no concern for conventional politeness may indicate a person of integrity who does not deviate from the truth” (2001, p. 8).

Argumenteren vereist dat redenen ter beoordeling worden voorgelegd aan de opponent zodat hij een weloverwogen beslissing kan nemen over hun aanvaardbaarheid en bewijskracht. Als ethosopbouw en ethosgebruik slechts plaatsvinden middels signalen vormt dat niet altijd argumentatie in een strikte zin van het woord. Dat is met name het geval als het teveel gericht is op het oorzakelijk beïnvloeden van de opponent en onvoldoende het doel dient om de opponent een zelfbewuste beslissing te laten nemen over een kwestie. Evengoed kunnen signalen voor ethos ook voldoende transparant zijn, en de bedoeling hebben om de opponent te informeren over de geloofwaardigheid van de spreker. We kunnen dus niet zomaar het via signalen overgedragen ethos weglaten uit een argumentatieve reconstructie van de tweets, maar moeten deze in onze analyses betrekken.

3. Methodologie

Ons corpus betreft tweets van experts en politici met een belangrijke rol in de beginfase van de covid-19 crisis. We beperken ons hier tot de Nederlandstalige tweets van drie experts en drie politici in Nederland en in België (ook als de betrokkenen soms ook in het Frans tweeten).

Ons corpus start op 15 maart 2020, toen beide landen op het punt stonden een vorm van lockdown te starten. De gevolgde accounts hebben zeer verschillende graden van activiteit. Om een gelijkaardig aantal gegevens te kunnen vergelijken, analyseerden we de eerste 30 tweets, inclusief reacties (via de “reply”-optie in Twitter).⁹ Retweets en tweets met louter een link werden niet meegenomen (zie De Cock & Roginsky 2015: 144-145 voor een verdere analyse van dergelijke tweets).

De data werden verzameld via Facepager en, in sommige gevallen, via de Twitter API Academic Research product track.¹⁰ De tweets van sommige accounts waren reeds eerder verzameld door het Media Innovation and Intelligibility Lab (MiiL) van de UCLouvain (zie Cougnon & de Viron 2021) en werden door het MiiL ter beschikking gesteld.

9 Steven Van Gucht bleek uiteindelijk minder dan 30 tweets te publiceren.

10 De auteurs bedanken het Centre de Traitement Automatique du Langage van de Université catholique de Louvain, en in het bijzonder Hubert Naets, voor technische assistentie, en Cyril Liénardy voor hulp met het coderen van de data. We willen ook het Media Innovation and Intelligibility Lab van de Université catholique de Louvain bedanken om met ons data te delen die voor één van hun projecten verzameld werden.

Tabel 1. Overzicht van de geanalyseerde personen met hun functie in maart 2020

	Nederland	België (Nederlandstalig)
Politici	Mark Rutte (regeringsleider) Hugo de Jonge (gezondheidsminister) Gert-Jan Segers (parlementslid)	Sophie Wilmès (regeringsleider) Maggie De Block (gezondheidsminister) Alexander De Croo (minister)
Experten	Bart Slagter Marc Bonten Xander Koolman	Marc Van Ranst Geert Meyfroidt Steven Van Gucht

In de eerste plaats werd geannoteerd of de tweet nieuw opgesteld werd door de accounthouder (of zijn of haar team), dan wel of het een retweet betrof of een tweet met een link naar een media-artikel die via één klik op de pagina van het medium rechtstreeks geplaatst wordt. We beperken ons voor deze analyse tot de nieuw opgestelde tweets. Ten tweede werd geannoteerd of er in de tweet enige vorm van zelfverwijzing voorkomt, en zo ja, of het ging om eerste persoon enkelvoud, eerste persoon meervoud of verwijzingen naar een collectief waartoe men behoort (bv. *het medisch personeel* in het geval van een expert). Ten slotte annoteerden we of de tweet een vorm van ethosopbouw dan wel ethosgebruik betreft, en of de tweet (mede) bijdraagt tot het construeren van het ethos van anderen. Hiertoe maakten we gebruik van ons uitgangspunt dat in een argumentatieve discussie deelnemers hun ethos kunnen construeren en gebruiken door dit met talige middelen te communiceren, bijvoorbeeld door naar bepaalde aspecten van zichzelf te verwijzen (zie Paragraaf 4 voor meer details), maar ook meer indirect door hun geloofwaardigheid, of het effect ervan op de aannemelijkheid van hun positie, te tonen, bijvoorbeeld door een foto van zichzelf te plaatsen in de nabijheid van een hoogwaardigheidsbekleder (ethosopbouw), of door zichzelf als expert te presenteren en tegelijk een standpunt in het expertgebied te huldigen (ethosgebruik). Zoals we uiteen hebben gezet in Paragraaf 2.2, kunnen we de zelfverwijzing welwillend analyseren als een onderdeel van de pogingen van twittergebruikers om redelijk te argumenteren. Zoals we daar ook bespraken beperken we ons tot een analyse, en gaan we niet na in welke mate de twitteraars hun redelijkheidspretentie nakomen.

Het onderzoek is exploratief en kwalitatief van aard, en bestaat goeddeels uit een analyse van individuele tweets en de functies die ethos in die tweets vervult. We geven onze indruk van de algemene patronen die we ontwaren, maar gezien de omvang van het corpus hebben we niet de ambitie daar significante conclusies aan te verbinden.

4. Talige strategieën voor zelfverwijzing en zelfpresentatie

We richten ons op enkele vormen van zelfverwijzing, en op wat dat betekent voor de wijze waarop de spreker zichzelf presenteert. We beschouwen dergelijke keuzes dus als doelgericht, hoewel sprekers zich van hun strategie niet helemaal bewust hoeven te zijn. Er bestaat een waaier aan dergelijke strategieën voor zelfverwijzing, en die kunnen variëren in functie van de context (Hyland 2003). In deze sectie bespreken we kort enkele van deze strategieën met specifieke aandacht voor hun gebruik in tweets.

De meest voor de hand liggende vorm van zelfverwijzing is een 1^e persoonsvorm die, naast de referentiële functie, vaak een belangrijke rol vervult voor het construeren van de interpersoonlijke relaties voor het vervolg van de interactie (Agha 2007, Mühlhäusler en Harré 1990).

Hoewel de 1^e persoon enkelvoudsvorm een directe verbinding suggereert tussen de spreker en de persoon die als spreker voorgesteld wordt in de boodschap, kan de persoon die de tweets schrijft echter een andere zijn dan de accounthouder. Dit is trouwens ook zo bij andere vormen van openbare communicatie. Vooral in het geval van politici heeft etnografisch onderzoek aangetoond dat tweets ook geschreven kunnen worden door een (communicatie)medewerker in plaats van door henzelf (Roginsky, 2015:94-95). In Goffman's (1981) woorden is de politica echter de 'principal', in die zin dat zij de persoon blijft aan wie de uiting publiekelijk wordt toegeschreven, ook al is zij niet noodzakelijk de auteur (Coesemans & De Cock 2017: 38).

Sommige accounts becommentariëren trouwens expliciet deze mogelijke dissociatie van de auteur en de 'principal' door te vermelden dat tweets door een team worden geschreven, bv. de Rijksvoorlichtingsdienst voor Nederlands Minister-president Mark Rutte (Fig.1), of door juist te benadrukken dat tweets wel degelijk worden geschreven door de auteur zelf. Zodra er op Twitter geargumenteed wordt, kunnen we de 'principal' de rol van 'proponent' toeschrijven, los van de persoon die het schriftwerk op zich nam.

Zelfverwijzing kan ook gerealiseerd worden door een 1^e persoon meervoudsvorm, die niet alleen de spreker omvat maar ook een bredere groep. Het Nederlands biedt geen morfosyntactische specificaties over de omvang van deze bredere groep, in tegenstelling tot sommige andere talen (Cysouw 2003, Siewierska 2004). Ook zonder specifieke morfosyntactische markering helpt de ruimere linguïstische context evenwel vaak om te bepalen of de spreker de meervoudsvorm van de 1^e persoon op een exclusieve manier gebruikt, d.w.z. verwijzend naar zichzelf en een ruimere groep maar met uitsluiting van de toehoorder, of op een inclusieve manier, d.w.z. met inbegrip van de toehoorder(s) maar uitsluiting van derden. Zoals we zullen laten zien,



Figuur 1. Screenshot Twitter biografie Mark Rutte

bevatten onze gegevens ook ‘augmented inclusive’ gebruik, een uitgebreider inclusief gebruik waarbij de spreker de toehoorder én een derde persoon betreft, bv. bij een verwijzing naar alle burgers van het land (Cysouw 2003).

Naast deze deiktische vormen van zelfverwijzing, kunnen ook andere strategieën worden gebruikt. Zo kan het gebruik van een groepsverwijzing in de derde persoon een manier zijn om een zelfverwijzing naar de eigen grotere (mogelijk professionele) groep te construeren. In onze gegevens kan het gaan om een politicus die spreekt over de regering, of om een expert die spreekt over de medische sector of de experts in het algemeen. Op die manier kan de groep waartoe zij behoort op een veel specifiekere manier gedefinieerd worden dan met een 1^e persoon meervoudsvorm.

In de context van dit onderzoek zullen we bestuderen hoe zelfverwijzing, zoals gerealiseerd via de hierboven vermelde keuzes, bijdraagt aan het realiseren van zelfpresentatie en hoe deze interactie samenhangt met ethosopbouw en gebruik. We nemen niet aan dat *alle* zelfverwijzing voor het ethos relevant is, maar we richten ons op zelfverwijzing in situaties waarin geloofwaardigheid een rol speelt, zoals met name wanneer zelfverwijzing gepaard gaat met zelflof. Zelfpresentatie en zelflof zijn alom aanwezig op Twitter. Dayter (2014) toont dit aan voor professionele balletdansers en biedt een meer verfijnde typologie van verschillende subtypes, die laat

zien hoe gebruikers balanceren op de dunne lijn tussen zelfpresentatie en zelflof versus opschepperij. Zelfpresentatie en berichten waarin de eigen verdiensten onderstreept worden blijken ook belangrijk te zijn in het politieke discours van Europarlementariërs (De Cock & Roginsky 2015; Roginsky & De Cock 2015) en zijn veel frequenter dan berichten waarin geïnterageerd wordt met burgers of andere politici op Twitter.

Wat opvalt in de onderzochte gevallen van zelfverwijzing is dat het element van zelflof, en de functie die dat vervult in ethosopbouw en argumentatief ethosgebruik, steeds indirect wordt gecommuniceerd. Dat deze boodschap eerder wordt getoond dan met zoveel woorden wordt gezegd, is niet meer dan logisch als twitteraars willen voorkomen dat ze als zelfingenomen opscheppers te boek komen te staan. We zullen nu dus nagaan hoe de talige presentatie van het zelf, en de mede daarmee gesuggereerde zelflof, worden gebruikt door publieke figuren tijdens de covid-19-pandemie op Twitter om hun standpunten aanvaard proberen te krijgen.

5. Voorbeelden en patronen

We richten ons nu op een reeks van voorbeelden waarin we zien hoe in tweets auteurs (mede) naar zichzelf verwijzen, en op die manier hun ethos opbouwen of argumentatief gebruiken. We proberen verbanden te leggen tussen onze bevindingen en wat algemeen bekend is over de situatie van de auteurs, om zo een aanzet te doen voor het formuleren van algemene patronen ten aanzien van het verband tussen micro-linguïstische keuzes en de daarvan uitgaande argumentatieve boodschap.

Bij de regeringsleiders in ons corpus merken we dat de zelfverwijzing vaak naar het collectief is van de hele regering door een eerste meervoudsvorm of door een substantieve verwijzing zoals ‘het kabinet’ (Rutte). Hierdoor spreekt de regeringsleider duidelijk voor zijn/haar volledige regering. Het gebruik van verwijzingen naar de regering door niet-deiktische vormen kan te maken hebben met het feit dat de communicatie op deze accounts, zoals eerder aangehaald, niet noodzakelijk door de accounthouder zelf gebeurt.

Individuele zelfverwijzing komt minder vaak voor dan collectieve zelfverwijzing. We zien evenwel kleine verschillen in de manier waarop Nederlands Minister-president Rutte en Belgische Eerste Minister Sophie Wilmès de individuele zelfverwijzing gebruiken. Bij Rutte verschijnt deze vooral in tweets over eigen media-optredens en werkbezoeken. In deze berichten doet hij aan zelfpresentatie als iemand die poolshoogte genomen

heeft van de concrete realiteit (tweet 1: “ik zag ...”). Als dusdanig doet hij ook aan ethosopbouw als iemand die weet waar hij het over heeft.

(1) *Daarna sprak ik met vakkenvullers in een supermarkt. Ze werken zich door de drukte een slag in de rondte om te zorgen dat iedereen gewoon boodschappen kan doen. Toen ik door de winkel liep, zag ik dat ze daar goed in slagen. Geef ze hiervoor de ruimte en hou voldoende afstand.* (Mark Rutte)

Ook bij Sophie Wilmès zien we de zelfverwijzing vaak in de aankondiging van media-optredens maar ook in tweets over de creatie van de ‘grote unie’ (tweet 2: “#groteunie”), een ad hoc samenwerking tussen 10 politieke partijen om een reeks beslissingen te nemen over maatregelen rond de pandemie op een moment waarop België enkel een regering in lopende zaken had. Hierdoor zet ze zichzelf dus iets minder op de voorgrond, of profileert zich toch enkel als iemand die een groter samenwerkingsverband faciliteert (“Ik dank alle deelnemers”). Daarbij *toont* ze niet enkel haar eigen *ethos* maar bouwt ze ook dat op van de samenwerkende partijen.

(2) *De tien partijen van de #groteunie zijn vandaag overeengekomen een wetsvoorstel in te dienen om bijzondere machten toe te kennen. Doelstelling: stemming volgende donderdag. Ik dank alle deelnemers voor hun constructieve aanpak. #CoronaCrisis #Coronavirus <https://t.co/moyhjo3ie6>* (Sophie Wilmès)

Wanneer Rutte en Wilmès naar zichzelf verwijzen, combineert één tweet vaak een etappe van ethos opbouwen met daarna een etappe van ethos gebruiken of ondersteunen van andermans ethos. Het zelf gezien hebben van de toestand in het ziekenhuis bouwt het ethos van Rutte op als iemand die contact heeft met het terrein (tweet 3: “met eigen ogen”) en spreekt vanuit een geïnformeerde basis om zijn steun uit te spreken voor zorgverleners en op te roepen tot het volgen van de maatregelen.

(3) *In het @ErasmusMC zag ik op de IC met eigen ogen hoe hevig de impact van het #coronavirus is voor patiënten en zorgmedewerkers. Diepe buiging voor de helden van de zorg. Samen kunnen wij hen helpen door de maatregelen bloedserieus te nemen. Dit is echt.* (Mark Rutte)

Tweet 4 door Sophie Wilmès toont hoe ethosopbouw op Twitter kan en moet bekeken worden voorbij de grenzen van een geïsoleerde tweet. Als

we deze tweet apart bekijken, is de ethosopbouw beperkt, met enkel een zeer impliciet gebruik van eerder opgebouwd ethos als eerste minister om de bevolking aan te sporen tot voorzichtigheid.

(4) *Blijf voor jezelf zorgen, en blijf zorgen voor de anderen. #Coronavirus*
<https://t.co/u7ANF2HeEe> (Sophie Wilmès)

Deze zin evenwel is de zin waarmee de Eerste Minister haar persconferenties over de maatregelen i.v.m. covid-19 placht af te sluiten. De auteur presenteert zich dus bij herhaling als iemand die zorg draagt voor haar burgers, en laat zich tegelijk ook steeds voorstaan op haar zorgzaamheid als ze haar burgers van het advies voorziet om voorzichtig te zijn. Deze tweet is voor de Belgische lezer dus herkenbaar en legt de link met andere media-verschijningen. Het is dan ook één van de vele voorbeelden die aangeven dat online productie moet bekeken worden in de bredere context, inclusief offline events (cf. Roginsky 2015).

De gezondheidsministers gebruiken eerste persoon meervoudsvormen zowel om naar de regering te verwijzen (exclusief gebruik) als om te verwijzen naar de volledige bevolking (inclusief gebruik). Ze gebruiken slechts zeer beperkt individuele zelfverwijzing, en focussen dus minder op eigen profilering en meer op communicatie over het beleid. De zeldzame gevallen van individuele zelfverwijzing gaan over het uitdrukken van empathie (tweet 5: “ik kan me voorstellen”) of het uitleggen van een beslissing (tweet 6: “... ga ik vanaf nu ...”) om niet meer live naar tv-studio's te gaan.

(5) *Beste Evelien, ik kan me voorstellen dat dit een hele vervelende en lastig te begrijpen situatie is voor haar. Misschien bij de zorginstelling navragen of er bijvoorbeeld digitale mogelijkheden zijn om toch in contact te blijven met familie en vrienden?* (Hugo De Jonge)

(6) *Afstand houden en contacten vermijden: dat geldt voor iedereen. Daarom ga ik vanaf nu niet meer naar tv-studio's en zal ik geen journalisten meer ontvangen. Uiteraard blijf ik jullie tekst en uitleg geven via de pers met moderne communicatiemiddelen. #coronavirus #covid19BE* (Maggie De Block)

Beide gevallen dragen bij aan het eigen ethos. De Jonge stelt zich voor als iemand die niet enkel (harde) beslissingen neemt maar die ook empathisch en gevoelig is voor de impact van de beslissingen. De Block toont zich als een verantwoordelijke persoon die de maatregelen scrupuleus volgt en

daarbij het goede voorbeeld geeft. Meteen stelt zij zich ook voor als iemand die vindt dat dezelfde regels voor haar gelden als voor anderen.

De experts doen minder aan persoonlijke ethosopbouw. Het lijkt zich grotendeels te beperken tot humoristische opmerkingen of tot ethosopbouw in reactie op een aanval. Een voorbeeld van de laatste is waar de Belgische viroloog Van Ranst van zich afbijt na een ridiculiserende tweet met zijn foto en een tekst volgens welke Van Ranst zijn vader zou afvaardigen naar de persconferentie (tweet 7: “zwijg over mijn grootvader”).

*(7) Hoe triestig is deze opmerking? Wat voor mens ben je om zoiets te zeggen?
En zwijg over mijn grootvader, een metaalbewerker met gezond verstand, en
een weerstander dan nog wel. (Marc Van Ranst)*

De ‘triestige’ opmerking presenteert Van Ranst als oud en als het ware uitgerangerd, en door deze opmerking als ongepast te veroordelen probeert Van Ranst deze oppositie op dit punt te diskwalificeren en zo de eigen autoriteit weer enigszins te herstellen. Door zijn grootvader voor te stellen als iemand met gezond verstand die weerstander was, versterkt hij ook indirect zijn eigen ethos. Dat experts minder de nadruk leggen op ethosopbouw sluit aan bij onze verwachtingen en is gelinkt aan het feit dat zij twitteren over het onderwerp waarover ze expert zijn en waarover hun intellectuele geloofwaardigheid dus enigszins vaststaat. Velen onder hen vermelden deze expertise trouwens in hun Twitter biografie. Zo maken ze meer gebruik van ethos om hun punt te maken of te ondersteunen.

De collectieve zelfverwijzingen door experts slaan grotendeels op hun professionele groep, variërend van het eigen ziekenhuis, het eigen specialisme, tot de volledige medische sector. Het gaat bijna nooit om ethosopbouw maar om gebruik van ethos om bepaalde informatie of aanbevelingen over de pandemie te formuleren, of om te bedanken voor initiatieven en steun (tweet 8: “We voelen de steun”), zoals intensivist Geert Meyfroidt.

*(8) @MohamedRidouani Dank u wel burgemeester @MohamedRidouani !
Namens iedereen hier in @UZLeuven ! We voelen de steun en dat doet deugd.
(Geert Meyfroidt)*

Door anderen te bedanken die de noodzaak van de maatregelen inzien draagt Meyfroidt bij aan het respect dat deze mensen volgens hem verdienen, een groep waartoe hij zelf natuurlijk ook behoort. Dit vormt een voorbeeld van ethosgebruik, want de zo aangeroepen geloofwaardigheid maakt de maatregelen meer aannemelijk.

Meervoudszelfverwijzing die inclusief naar de hele bevolking verwijst is minder frequent bij experts. In tweet 9 kunnen we de eerste persoon meervoud zelfs beschouwen als een manier om hoofdzakelijk te verwijzen naar de toehoorders (De Cock 2011). Hoewel Van Ranst niet de officiële woordvoerder was in deze pandemie, maakte hij wel deel uit van verscheidene officiële werkgroepen. Bovendien is hij sinds 2007 griepcommissaris, waardoor hij al lange tijd communiceert over overheidsbeleid rond epidemieën en pandemieën (bv. de zogenaamde Mexicaanse griep).

(9) We proberen contact tussen kinderen en grootouders zoveel mogelijk te vermijden. Echter, Indien de grootouders 1) in goede gezondheid zijn; 2) jonger zijn dan 65 jaar; 3) geen mantelzorg leveren aan kwetsbare mensen, dan kunnen ze eventueel wel op de kinderen passen. (Marc Van Ranst)

Deze beperktere zelfverwijzing als deel van de bredere bevolking betekent niet dat de communicatie van de experts geen connectie zoekt met de bevolking. Hun ethos-ondersteunende berichten richten zich regelmatig op bepaalde bevolkingsgroepen (die bv. maatregelen respecteren of extra inspanningen doen om de zorg te ondersteunen) en ook hun ethosopbouw is er soms op gericht om te onderstrepen dat ze niet enkel academische experts zijn maar ook gewone mensen met bv. verwijzingen naar hun eigen verlangen om na de pandemie een biertje te gaan drinken op een terras of hun naasten te knuffelen.

Al met al zien we dat met een argumentatietheorie over de argumentatieve functies van ethos, gecombineerd met linguïstische inzichten ten aanzien van zelfverwijzing ons in staat stelt om aannemelijk te maken hoe diverse zelfverwijzingen argumentatieve functies vervullen in tweets. Het valt op dat in alle besproken voorbeelden het ethos, zowel als het wordt opgebouwd als wanneer het wordt gebruikt, wordt getoond, en niet meer direct wordt gecommuniceerd. Zoals gezegd, dit zijn resultaten van een kwalitatieve en exploratieve studie, en hoewel we enkele patronen menen te ontwaren is kwantitatief opgezet onderzoek vereist om de ontwikkelde hypothesen te toetsen.

6. Conclusie

Een integratie van inzichten uit de pragmatisch-discursieve analyse en de normatieve argumentatietheorie is behulpzaam bij het ontwikkelen van een analysekader om te laten zien hoe twitteraars op diverse manieren naar

zichzelf verwijzen en op die manier hun ethos opbouwen of reviseren, en hun geloofwaardigheid vervolgens inzetten om hun publiek te overtuigen van hun standpunten. De pragmatisch-discursieve analyse levert de instrumenten aan om een micro-analyse te geven van zelfverwijzing en de suggesties die daaraan verbonden zijn. De normatieve argumentatietheorie levert de grondslag voor een welwillende argumentatieanalyse van tweets, dat wil zeggen van de wijze waarop de twitteraars proberen hun publiek op redelijke gronden te overtuigen, waaronder gronden die hun eigen geloofwaardigheid betreffen, of die van medestanders. Onze kwalitatieve analyse van de tweets laat zien dat keuzes die de diverse sprekers (eigenlijk: schrijvers) maken om zichzelf te presenteren, en op die manier een beeld te scheppen van een geloofwaardige spreker, mede afhangen van hun specifieke rol in het debat over de dan te nemen coronamaatregelen.

Hoe gebruiken de onderzochte gebruikers van Twitter zelfverwijzing voor argumentatieve doeleinden, meer in detail? We zien dat regeringsleiders eerder voor collectieve zelfverwijzing (zoals “de regering”) kiezen, en dat bij de schaarse voorbeelden van individuele zelfverwijzing de Nederlandse regeringsleider zich meer op de voorgrond plaatst dan de Belgische. Beide personen verdelen de opbouw van hun ethos en het gebruik ervan om maatregelen te ondersteunen over meerdere tweets, en soms ook met gebruikmaking van contextuele informatie die beschikbaar is buiten de tweets. Ook gezondheidsministers verwijzen doorgaans naar de regering en het beleid dat zij voorstaat, en verwijzen alleen in specifieke situaties naar zichzelf als individu, zoals om zich in te dekken tegen kritiek op hun invoelingsvermogen of de consistentie van hun gedrag met de getroffen maatregelen. De experts doen weinig aan persoonlijke ethosopbouw, behalve door in hun twitterbiografie aan te geven wat hun vakgebied is, of wanneer ze zich verweren tegen een persoonlijke aanval. Wel verwijzen ze naar de professionele groep waar ze deel vanuit maken en gebruiken zo hun ethos om de coronamaatregelen meer aanvaard te krijgen.

We zien onze studie als voornamelijk kwalitatief en exploratief, en we kunnen aan de gevonden patronen geen echt kwantitatieve conclusies verbinden. We hebben vooral willen laten zien hoe een integratie van pragmatische discoursanalyse en argumentatietheorie behulpzaam kan zijn om de argumentatieve functie bloot te leggen van diverse keuzes op het gebied van zelfverwijzing op een sociaal platform als Twitter. We hebben gekozen voor het analyseren van tweets van prominente Twitter gebruikers die een specifieke rol vervulden in een maatschappelijk bijzonder ingrijpende context. Een minder ingrijpende periode of een keuze voor andersoortige auteurs kunnen andere strategieën naar boven brengen of

andere tendensen in het gebruik van de becommentarieerde strategieën. We verwachten dat ook in dergelijke studies een verdere integratie van pragmatische discoursanalyse en normatieve argumentatietheorie, en met name een kwantitatieve uitwerking van onze exploratieve en kwalitatief opgezette studie, goede diensten zal kunnen bewijzen.¹¹

7. Literatuur

- Agha, A. (2007). *Language and Social Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Amossy, R. (2001). Ethos at the crossroads of disciplines: Rhetoric, pragmatics, sociology. *Poetics Today*, 22, pp. 1-23.
- Amossy, R. (2017). Understanding political issues through argumentation analysis. In R. Wodak & B. Forchtner (Red) *The Routledge Handbook of Language and Politics* (pp. 262-275). Abingdon: Routledge.
- Aristoteles (2004). *Retorica*. (Vertaling M. Huys & J. M. van Ophuijsen.) Groningen: Historische Uitgeverij.
- Braet, A. C. (1992). Ethos, pathos and logos in Aristotle's Rhetoric: A re-examination. *Argumentation*, 6, 307 – 320.
- Brinton, A. (1986). Êthotic Argument. *History of Philosophy Quarterly*, 3, 245-258.
- Coesemans, R. & De Cock, B. (2017). Self-reference by politicians on Twitter: Strategies to adapt to 140 characters. *Journal of Pragmatics*, 116, 37-50.
- Cougnon, L.-A. & de Viron, L. (2021). Covid-19 et communication de crise. Focus linguistique sur les tweets francophones de Belgique. In S. Cotelli Kureth, M. Dubois & A. Kamber (Red). *La linguistique appliquée à l'ère digitale, Bulletin suisse de linguistique appliquée*, <http://hdl.handle.net/2078.1/235422>.
- Cysouw, M. (2003). *The Paradigmatic Structure of Person Marking*. Oxford: Oxford University Press.
- Dayter, D. (2014). Self-praise in microblogging. *Journal of Pragmatics*, 61, 91-102.
- De Cock, B. (2011). Why we can be you: the use of 1st person plural forms with hearer reference in English and Spanish. *Journal of Pragmatics*, 43, 2762-2775.
- De Cock, B. & Roginsky, S. (2015). Identités discursives sur Twitter: construction de l'identité de député européen en période pré-électorale. Comparaison entre la France, l'Espagne et le Royaume-Uni. In F. Liénard & S. Zlitni (Eds.)

11 Met dank aan de beoordelaars van het Tijdschrift voor Taalbeheersing. Dit artikel is mede tot stand dankzij netwerkprogramma COST Action CA17132 – APPLY: European Network for Argumentation and Public Policy Analysis.

- Communication électronique: enjeux, stratégies et opportunités* (pp.137-148). Limoges : Lambert-Lucas.
- van Eemeren, F. H. & Grootendorst, R. (2004). *A Systematic Theory of Argumentation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fairclough, I. en N. Fairclough (2012). *Political Discourse Analysis: A Method for Advanced Students*. Londen, New York: Routledge.
- Fricker, M. (1998), Rational authority and social power: Towards a truly social epistemology. *Proceedings of the Aristotelian Society* (New Series), 98, pp. 159-177.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Oxford: Basil Blackwell.
- Hyland, K. (2003). Self-citation and self-reference: Credibility and promotion in academic publication. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 54, 251-259.
- Johnstone, B. (2018). *Discourse Analysis*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- van Laar, J. A. (2010). Ambiguity in argument. *Argument & Computation*, 1, 125 – 146.
- van Laar, J. A. & Krabbe, E. C. W. (2021). Turning the tables: Up- and downgrading of evaluative terms in public controversies. *Journal of Applied Logics — IfCoLog Journal of Logics and their Applications*, 8, 89-113.
- Mühlhäusler, P. & Harré, R. (1990). *Pronouns and People: The Linguistic Construction of Social and Personal Identity*. Oxford: Basil Blackwell.
- Nguyen, C. T. (2020). Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*, 17, 141-161.
- Parsons, S., Atkinson, K., Li, Z., McBurney, P., Sklar, E., Singh, M., Haigh, K., Levitt, K. en Rowe, J. (2014). Argument schemes for reasoning about trust. *Argument and Computation*, 5, 160–190, <http://dx.doi.org/10.1080/19462166.2014.913075>.
- Roginsky, S. & De Cock, B. (2015). Faire campagne sur Twitter. Modalités d'énonciation et mises en récit des candidats à l'élection européenne. *Les Cahiers du Numérique*, 11, 119-144.
- Roginsky, S. (2015). Les députés européens sur « Facebook » et « Twitter », une ethnographie des usages. *Communication et Langages: Presse, television, radio, publicite, edition, graphisme, formation, sociologie*, 183, 83-109.
- Siewierska, A. (2004). *Person*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thompson, A. (2016). Journalists and Trump voters live in separate online bubbles, MIT analysis shows. *Vice*. December 8, 2016. <https://www.vice.com/en/article/d3xamx/journalists-and-trump-voters-live-in-separate-online-bubbles-mit-analysis-shows>.
- Walton, D.N. (1984). *Logical Dialogue-Games and Fallacies*. Lanham, London: University Press of America.
- Walton, D.N. (1999). Ethotic arguments and fallacies: The credibility function in multi-agent dialogue systems. *Pragmatics & Cognition*, 7, 177-203.
- Walton, D. N., Reed, C. & Macagno, F. (2008). *Argumentation Schemes*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wodak, R. & Forchtner, B. (2017). Introducing the language-politics nexus. In R. Wodak & B. Forchtner (Red) *The Routledge Handbook of Language and Politics* (pp. 1-14). Abingdon: Routledge.

Over de auteurs

Barbara De Cock behaalde een doctoraat in de taalkunde aan de KULeuven (2010) en is momenteel professor Spaanse taalkunde aan de Université catholique de Louvain, Institut Langage et Communication. Haar onderzoek spitst zich toe op pragmatiek en (politiek) discours. Zij publiceerde onder andere *Profiling Discourse Participants. Forms and functions in Spanish conversation and debates* (2014, John Benjamins) en is vice-voorzitster van de werkgroep Empirical Studies van COST-actie 17132 APPLY-European Network for Argumentation and Public Policy Analysis.

Jan Albert van Laar promoveerde in 2013 aan de Rijksuniversiteit Groningen, en werkt aldaar aan de Faculteit Wijsbegeerte als universitair hoofddocent in de argumentatiefilosofie. Zijn onderzoek betreft drogredenen en argumentatieve dialogen, en hij ontwikkelde het educatieve argumentatieplatform deliberativedebate.nl. Hij is momenteel vice-voorzitter van de werkgroep Norms of Public Argument van COST-action 17132 APPLY-European Network for Argumentation and Public Policy Analysis.